News Release

平成 22 年 4 月 15 日

特定商取引法に違反した訪問販売業者に業務停止命令（１２か月）

香川県は、本日、平成２２年４月１５日付けで、不適正な取引行為により、家庭用温熱治療器の購入契約をさせていた下記事業者に対し、特定商取引に関する法律（以下「法」という。）第８条第１項に基づく業務停止命令を行いましたので、同条第２項に基づきその旨を公表します。

当該事業者は、平成２１年１２月２１日付けで長崎県から営業停止命令（１２ヶ月）を受けており、平成２２年１月１４付けで、株式会社ＳＳサービスに商号変更しています。

１　事業者の概要

事 業 者 名　株式会社鈴木商会（現：株式会社ＳＳサービス）
代　表　者　代表取締役　鈴木　裕之
営　業　所　東京都新宿区三栄町８番３７号（本社：神奈川県相模原市内）
業 務 内 容　家庭用温熱治療器の訪問販売

２　香川県における相談状況

・相談件数　　３件（H22.1）
・相談状況
　当事者性別　男性 0 件、女性 3 件
　当事者年齢　75 歳～79 歳
・契約金額
　240,000 円～260,000 円
　総額　740,000 円

３　業務停止命令の内容

平成２２年４月１７日から平成２３年４月１６日までの間（１２か月)、法第２条第１項第１号に規定する訪問販売のうち、次の行為を停止すること。

（１）訪問販売の契約の締結についてその勧誘をすること。
（２）訪問販売にかかる契約の申込みを受けること。
（３）訪問販売にかかる契約を締結すること。

４　法違反行為の事実

（１）販売目的等不明示（法第３条）

日用品を１００円で販売する催しを新聞チラシで広告し、会場に集まった消費者に対し複数点の日用品を１００円で販売した後、主たる取引の目的物である家庭用温熱治療器を「これ、欲しい人は手をあげてください。」などと掲げ、手を挙げた消費者に対し当該治療器の売買契約に係る勧誘を行っており、勧誘に先立ち同社の名称、勧誘の目的及び商品の種類を明らかにしていない。

（２）公衆の出入りする場所以外の場所における勧誘（法第６条第４項）

上記（１）のとおり販売目的を告げずに誘引した消費者に対し、公共施設の会議室など公衆の出入りする場所以外の場所において家庭用温熱治療器の販売契約に係る勧誘を行っている。

５　勧誘事例

(1)　平成22年1月上旬、消費者Aは、同社が出していた「大通販際」という新聞チラシを見て、当該チラシに記載されていた販売会場に行った。

定刻になると、同社営業員Zが販売会場に現れ、集まった消費者に向かって話し始めた。営業員Zは、ティッシュペーパーを取り出し、「これ欲しい人は手をあげてください。」と集まった消費者に呼びかけ、集まった消費者は全員手をあげた。すると営業員Zは「そのまま手を下におろして、手のひらを返してください。恥ずかしがらずに返してください。」と集まった消費者に指示した。集まった消費者がその通りの格好をすると、営業員Zは全員の手の上にポン、ポンとティッシュペーパー乗せていった。そして営業員Zは、同様の方法で洗剤やトイレットペーパーなどを配布した。

また、営業員Zは、「反応のよかった人には粗品を無料であげます。」と言って、手をあげるのが速かった数名の消費者に粗品を無料で配布した。その際、参加者の1名が新聞チラシにあった「ラーメンください。」と言うと、営業員Zは、「それは、後で。」と言ったが、結局ラーメンは配布されなかった。

次に営業員Zは、ダンボールの箱から温熱治療器に接続されたベルトを取り出し、「膝とか腰とか肩に当てたらいいですよ。肩こりなんかには絶対に効きます。」などと説明しながら、集まった消費者に対し、そのベルトを体の痛いところにあてるよう指示した。

集まった消費者がしばらく体感した後、営業員Zは、これは、家庭用温熱治療器「セラトロン」であることを紹介し、「これは高いものですよ。いくらだと思いますか？」とクイズ形式で集まった消費者１人１人に、セラトロンの価格を聞いていった。全員が答え終わり、雰囲気が盛り上がったところで、営業員Zは、「これ欲しい人？」と集まった消費者に向かって質問し、集まった消費者は手をあげた。そして、先ほどと同様に消費者が手を下ろし手のひらを返すと、営業員Zは、消費者Aとその隣に座っていた消費者の2名だけにセラトロンを渡し「幸運にもこの２人が当たりました。これを差し上げます。無料と言うわけにはいかないですけど。」と言った。セラトロンを渡された2名以外の消費者は、渡された品物の数×100円の金額を出口で清算して帰り、セラトロンを渡された2名は、会場に残ってセラトロンの売買契約に係る勧誘を受けた。消費者Aはこの勧誘時にはじめて、商品名が「セラトロンACO－99」で商品代金が26万

４百円であることを知った。

契約に際し、営業員Zが消費者Aに「現金一括払いなら2万円値引きします。」と告げたことから、消費者Aは現金一括払いで代金を支払うこととした。そして契約書作成後、営業員Zは消費者Aに「この機械はいいものですから、絶対返品したら駄目ですよ。」と念押しをし、日用品数点を袋に入れ、「契約してくれた人に」と消費者Aに渡した。その後、入り口付近に立っていた若い男性が消費者Aを車で自宅まで送り、消費者Aは、自宅でその男性に代金を支払った。

帰宅後、消費者Aは、購入したセラトロンの取扱説明書を読んだところ、注意書きのところに「心臓の悪い方は使用しないでください。」と書かれてあったが、消費者Aは、過去に心臓外科に1ヶ月ほど入院したことがあり、「契約する前に、ちゃんと、使用上の注意を説明してくれていたら、このような契約はしなかった。」と考えたことから、同社に対しクーリングオフの手続きを行った。

(2) 平成22年1月中旬、消費者Bは、新聞チラシで、蜂蜜が100円で販売される販売会があることを知り、配偶者と共に当該チラシに記載されていた販売会場に行った。

消費者B夫婦が椅子に座って待っていたところ、定刻に同社営業員Ｙが部屋に入ってきて、集まった消費者に向かって話しはじめた。その際、別の従業員らしき男性が部屋の入り口のドアを閉めた。集まった消費者の数は、消費者B夫婦の他、高齢の女性が2名の4名であった。営業員Ｙは、日用品を掲げ、集まった消費者に向かって「これいる人、手をあげて。恥ずかしがらずに、上げた手のひらを返して、降ろしてください。」と告げた。集まった消費者がそのとおりの格好をすると、営業員Ｙは消費者の手のひらの上に当該日用品を載せていった。そのようなやり取りは複数回繰り返され、消費者Bは、トイレットペーパー、砂糖など様々な雑貨用品を受け取ったが、目的の蜂蜜はなかった。

次に営業員Ｙは、ダンボールの中から、長いコードが付いた枕より少し大きめのシートを取り出し、「これを使うと血の流れが良くなる。目が悪いのや肩こりも治る。便秘にも良い。」などの説明を始め、会場に集まった4人の消費者は、首や肩、腰などにそのシートをあて、5分程使用した。その際、消費者Bは、営業員Ｙに「私の配偶者は、心臓が悪くペースメーカーを付けていますが、このようなものを使用して大丈夫なのですか。」と質問した。すると営業員Ｙは、「使用しても問題ありません。大丈夫ですよ。」と回答した。

そして営業員Ｙは、商品である電気治療器「セラトロン」を取りだし、集まった消費者に「これは、いくらすると思いますか？」と問いかけ、集まった消費者は口々に自分が思う金額を言った。すると営業員Ｙは、「これは、２９万４千円だけど、少し値引きします。これ欲しい人、手を上げて。」と問いかけた。その問いかけに応じ消費者Bが手を挙げたところ、営業員Ｙは、セラトロンを消費者Bに手渡し、消費者B夫婦以外の2名は部屋から出され、消費者B夫婦は部屋に残ってセラトロンの売買契約に係る勧誘を受けることとなった。

営業員Ｙは、消費者Bに「代金は、２６万円ですが、現金払いだと2万円まけて２４万円です。」と告げた。消費者Bの年齢は、一般的にクレジット審査が通らないと考えられる年齢だったため、消費者Bは、営業員Ｙに契約を断る方便として「現金では払いません。月賦だったら。」と言ってみた。すると営業員Ｙは、「月２万円の月賦で構いませんよ。」と答えた。消費者

Bは、自分で手を挙げた手前もあり、それ以上断ることは出来ず、購入契約書にサインした。

消費者Bは、帰宅後、セラトロンの取扱説明書を読んだところ、注意書きのところに「ペースメーカーを入れている場合は危険」と書かれていたため、翌日、かかりつけの病院で当該治療器の安全性を問い合わせたところ、担当医から「危険なので、使用しないほうが良い。」という回答があったため、同社に対しクーリングオフの手続きを行った。

(3) 平成22年1月下旬、消費者Cは、トイレットペーパーや砂糖などが100円で買える販売会があるということを新聞チラシで知り、当該チラシに記載されていた販売会場に配偶者と共に行った。会場に集まった消費者は14、5人ほどで、全員が高齢者であった。

はじまると、同社営業員Xが集まった消費者に紹介された。営業員Xは、1kg入りの砂糖を取り出し、集まった消費者に向かって「これが100円なんですけど、これ欲しい人は手をあげてください。」と呼びかけた。集まった消費者が手をあげると、営業員Xは「手のひらを返して下におろしてください。恥ずかしがらずに。」と言いながら、消費者が上に向けた手のひらの上に、順番に砂糖を置いていった。その後、同様のやり取りにより、トイレットペーパー、インスタントラーメン、洗剤などが配布された。

次に、営業員Xは、コードがついた湿布のような形状の布を取り出し、集まった人に「体でどこか痛いところありませんか？これちょっと体験してみてください。」と言った。集まった消費者が「足」とか「腰」とかそれぞれ痛いところを言うと、営業員Xらは、その湿布のような布を参加者全員のそれぞれ痛いところへ装着していった。消費者Cは、ちょうど肩が痛かったため、肩に装着してもらったが、その湿布のような布は、既に暖めてあったようで、とても暖かくなっていた。営業員Xは、「腰痛、肩こり、痛いところに毎日10分から15分乗せておいたらよくなりますよ。」という説明をした。

そして、営業員Xは、商品である温熱治療器「セラトロン」を取りだし、集まった消費者に対し、「これはいくら位するものだと思いますか？」と質問した。参加者は口々に値段を言った。会場が盛り上がると営業員Xは「欲しい人、手をあげてください。」と呼びかけた。それに応じて消費者Cが手を挙げると、営業員Xは消費者Cにセラトロンを手渡し、消費者Cとその配偶者以外の消費者に会場から出るよう指示した。

そして、営業員Xは、「これは、26万4百円なんですが、現金で払っていただくと2万円引きの24万円になります。こちらの書類に記入してください。」などと矢継ぎ早に勧誘をはじめた。消費者Cはこの時はじめて、商品名が「セラトロンACO－99」で商品代金が26万4百円であることを知った。消費者Cは過去にガンを患ったことがあり、また消費者Cの配偶者も足に痛みがあることから、消費者Cは、少しでも体調が良くなればと考え、そのまま契約することとした。

しかし、帰宅後、消費者Cは、商品が余りに安っぽいことが不安になり、かかりつけの医師にセラトロンについて相談をした。すると医師からは、「こういうものは、あまり使わないほうがいいんじゃないかな。」という回答があったため、翌日、同社に対しクーリングオフの手続きを行った。